

**KOMUNIKASI EFEKTIF KOMUNITAS RUMAH BACA (RBK)
DALAM MENINGKATKAN MINAT BACA PADA ANAK-ANAK DI
DUSUN KANOMAN**

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Pada Program Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta



OLEH :

ANIENDHITA PARAMITHA

1500030110

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
2019**

KOMUNIKASI EFEKTIF KOMUNITAS RUMAH BACA (RBK) DALAM MENINGKATKAN MINAT BACA PADA ANAK-ANAK DI DUSUN KANOMAN

Aniendhita Paramitha

1500030110

INTISARI

Penelitian ini dilakukan dengan dilatar belakangi bahwa minat baca anak-anak di Dusun Kanoman masih rendah. Keberadaan Komunitas Rumah Baca (RBK) sendiri juga dikatakan belum berjalan secara efektif. Hal ini dikarenakan Komunitas Rumah Baca (RBK) belum lama berpindah di Dusun Kanoman, volunteer yang *over load* pekerjaan, dan sebagian besar tidak bisa berbahasa Jawa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi efektif Komunitas Rumah Baca (RBK) dalam meningkatkan minat baca pada anak-anak di Dusun Kanoman.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data didapatkan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman dengan pendekatan deskriptif analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunitas Rumah Baca (RBK) dikatakan mampu meningkatkan minat baca anak-anak di Dusun Kanoman. Hal ini terbukti bahwa anak-anak mulai berkeinginan untuk membaca dan meminjam buku di komunitas. Komunitas juga menerapkan prinsip komunikasi efektif yang disingkat REACH. Ada hambatan yang dialami dari pihak komunitas maupun anak-anak, namun hambatan itu dapat diatasi.

Kata Kunci : Komunikasi Efektif, Komunitas Rumah Baca (RBK), Minat Baca

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perlu diketahui bahwasanya minat baca masyarakat Indonesia, khususnya anak-anak masih sangat rendah. Menurut detik.com menyatakan data hasil penelitian yang dilakukan oleh *Program For International Student Assessment* (PISA) tahun 2015, Indonesia berada pada ranking 62 dari 70 negara yang disurvei. Tak hanya itu saja, Indonesia juga berada di urutan 60 dari 61 negara yang disurvei oleh *World's Most Literate Nations* yang diumumkan pada Maret 2016. Ada beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya minat baca pada anak-anak yaitu masih sulitnya akses terhadap buku karena jumlah toko buku yang terbatas, sedikitnya perpustakaan yang berada di suatu wilayah, harga buku yang tinggi, daya beli yang rendah tidak adanya penanaman kebiasaan membaca sejak dini, tidak memadai dan tidak sesuai kebutuhan buku sehingga masih sulit mengakses informasi, banyaknya jenis hiburan, *play station*, tayangan TV, taman rekreasi, mal, *supermarket*, dan lain-lain. Ditambah lagi dengan kehadiran internet.

Untuk itu diperlukan sebuah komunitas penggerak literasi yang memiliki peran penting dalam meliterasi masyarakat. Untuk dapat mewujudkannya diperlukan komunikasi yang efektif guna memberikan kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan. Adapun komunitas literasi yang dijadikan bahan penelitian yaitu Komunitas Rumah Baca (RBK).

Di ketahui bahwasanya anak-anak di Dusun Kanoman pada awalnya sangat nakal dan susah untuk diatur. Minat baca anak-anak pun rendah.

Keberadaan Komunitas Rumah Baca (RBK) sendiri juga di katakan belum efektif karena belum lama berpindah di Dusun Kanoman. Hal lain yang menjadi kendala yaitu kebanyakan *volunteer* yang *over load* pekerjaan sehingga program untuk anak-anak masih belum berjalan dengan baik. Komunitas Rumah Baca (RBK) sendiri berbeda dengan komunitas lainnya. Komunitas ini membuat perpustakaan yang buka 24 jam. Tak hanya itu saja komunitas ini pun memudahkan anak-anak untuk meminjam buku dengan tidak mewajibkan tanda identitas diri seperti Kartu Tanda Mahasiswa (KTM), Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau kartu pelajar dan sejenisnya bagi yang ingin memanfaatkan buku-buku di dalamnya. Komunitas juga bekerjasama dengan berbagai komunitas lain, jejaring komunitas, sekolah, maupun personal yang dimiliki. Hal itu pulalah yang membuat komunitas ini mandiri tanpa harus meminta dana dari pemerintah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diambil rumusan masalah yaitu bagaimana komunikasi efektif Komunitas Rumah Baca dalam meningkatkan minat baca pada anak-anak di Dusun Kanoman ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi efektif Komunitas Rumah Baca dalam meningkatkan minat baca pada anak-anak di Dusun Kanoman.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Menambah khasanah pengetahuan di bidang komunikasi khususnya pada kajian komunikasi efektif.

2. Manfaat Praktis

Memberikan gambaran mengenai komunikasi efektif yang terjadi di sebuah komunitas untuk meningkatkan minat baca pada anak-anak.

E. Limitasi Penelitian

Hanya fokus dengan bagaimana cara komunikasi efektif Komunitas Rumah Baca dalam meningkatkan minat baca pada anak-anak di Dusun Kanoman.

F. Kajian Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Hani Amirah Siregar dengan judul “Komunikasi Efektif Antara Remaja Dengan Ayah Yang Bertugas Jarak Jauh (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Efektif Antara Remaja Dengan Ayah Yang Bertugas Jarak Jauh di Kota Medan)” memberikan hasil orang tua yang bertugas jarak jauh mampu menciptakan suasana yang nyaman sehingga anaknya mau membuka diri kepadanya sehingga menciptakan komunikasi yang efektif. Persamaannya yaitu membahas tentang komunikasi efektif, metode penelitian, teknik analisis data. Perbedaannya yaitu Objek dan subjek penelitian, waktu penelitian, tempat penelitian, hasil dan pembahasan..

Penelitian yang dilakukan oleh Yuda Ardika Putra dengan judul “Strategi Komunikasi Efektif Customer PT Federal International Finance Dalam Memberikan Informasi Dan Pelayanan Pembiayaan Motor Bekas Pada Konsumen Di Bontang” memberikan hasil PT Federal International cabang Bontang sudah menjalankan proses penyampaian pesan yang efektif dengan cukup baik namun ada hambatan dalam memberikan informasi dan pelayanan

adalah gangguan teknis. Persamaannya yaitu membahas tentang strategi komunikasi efektif, jenis penelitian, teknik analisis data. Perbedaannya yaitu waktu penelitian, tempat penelitian, subjek dan objek penelitian, hasil dan pembahasan.

Penelitian yang dilakukan oleh Noor Apriyani Rokhmah dan Anggorowati dengan judul “Komunikasi Efektif Dalam Praktek Kolaborasi Interprofesi Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan” memberikan hasil komunikasi yang efektif dan kolaborasi perlu diberi penekanan yang kuat di semua program perawatan kesehatan professional untuk menjamin kepuasan dan keamanan pasien. Persamaannya yaitu membahas tentang komunikasi efektif. Perbedaannya yaitu metode penelitian, lokasi, hasil dan pembahasan.

2. Landasan Teori

a. Komunikasi

Menurut Lasswell (dalam Effendy, 2013:10) mendefinisikan komunikasi sebagai proses penyampaian pesan dari seorang komunikator pada komunikan melalui sebuah media yang pada akhirnya akan menimbulkan efek tertentu.

b. Komunikasi Efektif

Menurut Rochmah (2012:28), komunikasi efektif adalah komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.

Rismi Somad (2014:131-133) mengatakan, prinsip dasar berkomunikasi secara efektif adalah REACH (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble*).

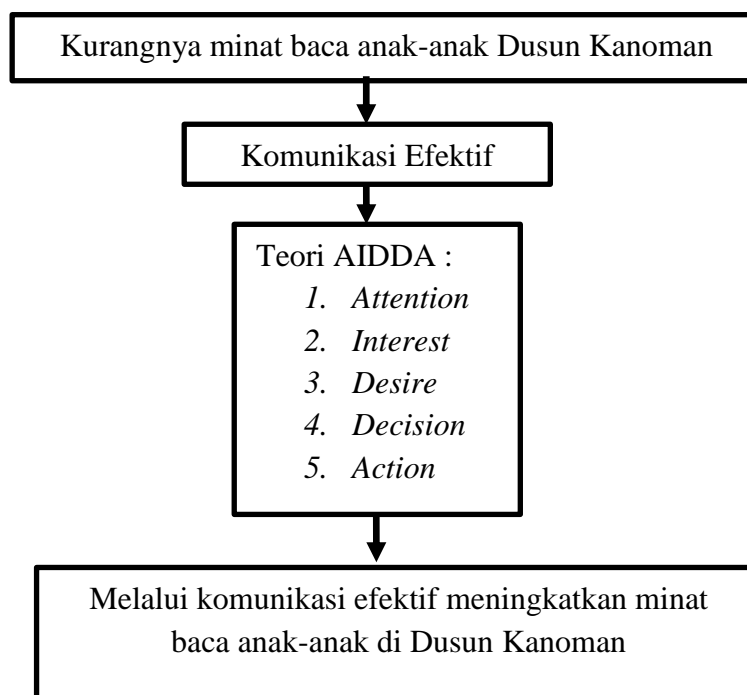
c. Teori AIDDA

Menurut Effendy (2003:305), AIDDA ialah gabungan dari kata *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), dan *Action* (tindakan/ kegiatan).

d. Komunitas

Menurut Yudistira Grana (dalam Rachmiatie,2007:72) komunitas ialah sekelompok manusia yang menempati suatu wilayah geografis, yang di dalamnya terlibat aktivitas ekonomi, politik, serta membentuk suatu satuan sosial yang memiliki nilai-nilai tertentu dan rasa kebersamaan.

3. Kerangka Penelitian



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

2. Lokasi / objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Komunitas Rumah Baca (RBK) di Dusun Kanoman RT.04 / RW.05, Area Sawahan, Banyuraden, Gamping, Sleman. Sedangkan objek penelitian adalah komunikasi efektif Komunitas Rumah Baca dalam meningkatkan minat baca pada anak-anak.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan April sampai Juli 2019.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Peneliti melakukan observasi secara langsung terhadap objek penelitian yaitu komunikasi efektif Komunitas Rumah Baca, khususnya bagaimana cara meningkatkan minat baca pada anak-anak Dusun Kanoman.

b. Wawancara

Penelitian ini menggunakan wawancara terpimpin. Yang menjadi informan adalah : pendiri Komunitas Rumah Baca, *volunteer* Komunitas Rumah Baca, anak-anak di Dusun Kanoman, dan orang tua anak-anak di Dusun Kanoman.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yang digunakan berbentuk data-data, catatan, arsip, bahkan foto-foto yang terkait dengan aktivitas dan kegiatan yang diadakan Komunitas Rumah Baca (RBK) untuk meningkatkan minat baca pada anak-anak di Dusun Kanoman.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi : (1) reduksi data, (2) *display* / penyajian data, dan (3) mengambil kesimpulan lalu diverifikasi. Pendekatan yang dilakukan dengan pendekatan deskriptif analisis.

6. Teknik Validasi Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *triangulasi*.

BAB II

DESKRIPSI UMUM

A. Profil Komunitas

1. Latar Belakang Pendirian Komunitas

Betapa tidak, krisis (kepemimpinan) bangsa yang telah kita rasakan saat ini tak lepas dari budaya masyarakat “nol-baca”. Sebuah langkah kecil kami lakukan dengan mendirikan Rumah Baca Komunitas. Semangat awal kami adalah merubah perpustakaan pribadi kami menjadi perpustakaan komunitas yang terbuka. Guna memperbanyak koleksi buku, kami mengajak berbagai pihak yang memiliki semangat sama dengan kami untuk menyumbangkan atau meminjamkan buku.

2. Perjalanan Komunitas Rumah Baca

a. RBK Onggobayan 2012

RBK berdiri pada tanggal 2 Mei tahun 2012. Rumah kontrakan di daerah Onggobayan (Bantul) disewa oleh RBK sebagai tempat komunitas. Rumah kontrakan itu dibuka selama 24 jam untuk membaca. Peminat pada saat itu sudah datang dari berbagai kalangan dan ragam usia.

b. RBK Jl.Paris 2013

Perjuangan literasi RBK di tahun 2013 diawali oleh refleksi bersama (istilah RBK untuk rapat). Sewaktu pindah ke Paris, pegiat RBK berkomitmen untuk memperkuat basis gerakan dengan berbagai macam diskursus. Keunikan khusus RBK di tahun 2013 adalah diskusi yang sangat intens.

3. Visi dan Misi Komunitas Rumah Baca

a. Visi

Terwujudnya masyarakat Indonesia yang mencintai ilmu pengetahuan untuk kehidupan berbangsa yang lebih berbudaya, damai, berkeadilan sosial.

b. Misi

Memasyarakatkan buku dan memberikan akses bacaan berkualitas bagi masyarakat marginal. Meningkatkan minat baca dan tulis masyarakat khususnya dikalangan anak-anak dan remaja. Mempromosikan nilai-nilai perdamaian melalui sumber buku bacaan yang beragam. Membangun

sinergi dengan lembaga lain yang mempunyai focus perhatian terkait isu literasi dan gerakan membaca.

4. Logo Komunitas Rumah Baca



5. Profil Kegiatan Komunitas Rumah Baca

Sharing book. Tadarus gerakan iqro. Hibah buku nasional. Community learning house. DeJure (bedah buku jumat sore). Diskusi tematik reboan. Apresiasi seni, sastra, dan budaya. Penerbitan majalah. Penerbitan buku. Kampanye gerakan membaca. Eoliterasi. Literasi kaum marjinal. People support and sharing books. RBK on the stree. RBK for kids.

6. Media Sosial Komunitas Rumah Baca

- a. Instagram : @rumahbacakomunitas
- b. Twitter : @MabacaKomunitas
- c. Website : rumahbacakomunitas.org/
- d. Facebook : Rumah Baca Komunitas

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Attention (Perhatian)

Komunitas Rumah Baca (RBK) dengan menarik simpatisan warga agar anak-anak mereka datang ke sana. Hal itu memberikan respon positif dari orang tua anak-anak. Para volunter mendekatkan diri dan memberitahu anak-

anak untuk menginformasikan kepada anak yang lainnya untuk datang ke komunitas.

2. *Interest (Minat)*

Komunitas memberikan berbagai macam kegiatan untuk memberikan edukasi kepada anak-anak. Komunitas Rumah Baca (RBK) mempunyai program khusus anak-anak yang diberi nama *RBK for kids*. Program tersebut membuat anak-anak tertarik.

3. *Desire (Keinginan)*

Pada tahap ini Komunitas Rumah Baca (RBK) membuka kesempatan bahwa semua buku boleh dipinjam tanpa syarat dan buka selama 24 jam.

4. *Decision (Keputusan)*

Komunitas memiliki 2 strategi untuk membuat anak-anak dekat dengan buku yaitu strategi yang sifatnya alamiah dan non alamiah. Anak-anak Dusun Kanoman ini dikenalkan lebih dalam tentang Komunitas Rumah Baca (RBK) dengan cara diberikan fasilitas yang menunjang. Ada perubahan yang terjadi pada diri anak-anak setelah mereka diberikan fasilitas yang menunjang di Komunitas Rumah Baca (RBK).

5. *Action (Tindakan / Kegiatan)*

Komunitas yang tiba-tiba muncul di dusunnya membuat anak-anak kaget karena tidak memiliki tradisi yang kuat tentang membaca. Namun akses bacaan yang mudah dirasa membuat anak-anak tertarik untuk melihat-lihat buku yang ada. Untuk itu dibutuhkan seorang fasilitator untuk mendampingi

mereka. Bahan bacaan yang beragam membuat mereka bekeinginan untuk membaca dan meminjam buku di Komunitas Rumah Baca (RBK).

6. Hambatan Komunikasi

Hambatan yang dialami oleh Komunitas Rumah Baca (RBK) disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor tersebut yaitu budaya anak-anak yang tidak kuat dalam membaca, dukungan orang tua yang alah kadarnya, volunteer yang *over load* pekerjaan dan tidak bisa berbahasa Jawa.

7. Dukungan Untuk Anak-anak

Komunitas Rumah Baca (RBK) juga memberikan motivasi-motivasi kepada anak-anak untuk gemar membaca.

B. PEMBAHASAN

1. Teori AIDDA

a. *Attention* (Perhatian)

Anak-anak mulai mengetahui komunitas yang baru ada di dusunnya. Tak hanya itu, orang tua pun merasa senang dan gembira dengan hadirnya komunitas bisa membantu warga serta anak-anak dapat menambah ilmu baca dan tulis.

b. *Interest* (Minat)

Program RBK *for kids* berhasil membuat anak-anak ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan komunitas.

c. *Desire* (Keinginan)

Komunitas membuka kesempatan akses bagi siapa saja dengan cara buka selama 24 jam. Buku yang ada di Komunitas Rumah Baca juga bisa

dipinjam tanpa adanya syarat apapun. Hal itu membuat anak-anak mulai tertarik untuk datang karena buku-buku yang ada di komunitas sangat beragam dan menarik.

d. *Decision* (Keputusan)

Komunitas Rumah Baca (RBK) membuat perubahan pada diri anak-anak. Perubahan yang terjadi pada setiap anak-anak berbeda-beda. Ada juga yang perubahannya biasa-biasa saja karena sudah jarang datang ke komunitas.

e. *Action* (Tindakan / Kegiatan)

Komunitas mendampingi anak-anak untuk belajar karena mereka belum terbiasa untuk membaca. Namun dengan akses bacaan yang mudah membuat anak-anak senang dan tertarik untuk membaca.

2. Prinsip Komunikasi Efektif

a. *Respect* (Menghargai)

Komunitas mendekatkan diri dengan anak-anak dengan cara menyapa mereka terlebih dahulu.

b. *Empathy* (Empati)

Komunitas mengajarkan anak-anak untuk belajar membaca juga mendampingi anak-anak ketika mereka belajar. Komunitas tidak memaksa anak-anak ketika datang harus membaca.

c. *Audible* (Memahami)

Para volunteer mampu memahami setiap karakter anak-anak yang berbeda-beda dengan cara berlaku adil kepada semua anak-anak.

d. *Clarity* (Jelas)

Anak-anak merasa nyaman dengan para volunteer karena mereka dibebaskan ketika datang ke sana. Mereka sudah menganggap komunitas sebagai rumah kedua mereka..

e. *Humble* (Rendah Hati)

Komunitas memberikan dukungan dan motivasi kepada anak-anak untuk gemar membaca.

3. Faktor Komunikasi Efektif

a. Kepercayaan (Credibility)

Anak-anak dan volunteer saling percaya, terbukti dari komunitas mampu mengajak anak-anak datang dan mengikuti apa yang diberikan.

b. Perhubungan Peralihan (Context)

Volunteer mampu memahami setiap anak-anak dan menjadikan mereka sejajar.

c. Kepuasan (Content)

Anak-anak belum merasa puas saat berkomunikasi dengan volunteer karena mereka tidak paham yang disampaikan dan memilih diam.

d. Kejelasan (Clarity)

Volunteer berusaha menyampaikan pesan dengan bahasa yang dipahami yaitu Bahasa Indonesia, namun ada juga yang tidak paham.

e. Kesiambungan dan Konsistensi (Capability and Consistency)

Volunteer selalu mengajak anak-anak berbincang-bincang saat datang.

f. Kemampuan Pihak Penerima Berita (Capability of Audience)

Volunter menggunakan bahasa yang campur aduk saat berbicara dikarenakan kebanyakan tidak bisa Berbahasa Jawa.

g. Saluran Pengiriman Berita (Chanel of Distributor)

Komunitas menggunakan saluran komunikasi tatap muka dengan anak-anak maupun orang tua anak-anak.

4. Hambatan Komunikasi Efektif

a. Hambatan Proses

- 1) Hambatan Pengirim : terjadi ketika para vounter mengajarkan kepada mereka terlalu kaku dan menurut anak-anak terlalu membosankan.
- 2) Hambatan Encoding : terjadi ketika para vounter mengajak anak-anak belajar di waktu yang tidak tepat.
- 3) Hambatan Media : terjadi ketika para volunter menggunakan bahasa yang campur-campur saat berbicara.
- 4) Hambatan Decoding : terjadi ketika anak-anak tidak memahami bahasa yang digunakan oleh para volunter.
- 5) Hambatan Penerima : terjadi ketika anak-anak merasa kesusahan dalam memahami pesan yang disampaikan volunter.
- 6) Hambatan Umpan Balik : terjadi ketika ada anak yang tidak bertanya ketika mereka mengalami kendala saat vounter menyampaikan pesan.

b. Hambatan Fisik

Terjadi karena para volunter yang *over load* pekerjaan sehingga membuat kurang intensif dalam mendampingi anak-anak.

c. Hambatan Semantik

Terjadi karena kebanyakan volunteer tidak bisa berbahasa Jawa, sehingga anak-anak menjadi kesulitan memahami yang disampaikan. Bahasa yang campur-campur juga dikeluhkan oleh anak-anak.

d. Hambatan Psikologi

- 1) Bidang Pengalaman : terjadi karena anak-anak tidak memiliki tradisi yang kuat untuk membaca serta dukungan dari orang tua alai kadarnya.
- 2) Penyaringan : terjadi ketika ada salah satu anak yang terlihat masih marah pada salah satu volunteer karena suatu hal dan membuat ia tidak mau bertemu sehingga memilih untuk menghindar.
- 3) Jarak Psikologis : terjadi karena kondisi anak-anak yang berubah-ubah dan adanya persaingan antar anak-anak yang ingin mendominasi yang berdampak pada anak-anak lainnya tidak datang kembali.

5. Dukungan untuk Anak-anak

Komunitas Rumah Baca (RBK) memberikan motivasi-motivasi kepada anak-anak untuk gemar membaca. Dengan cara mengetahui apa yang disenangi anak-anak sehingga komunitas menyelipkan poin-poin yang penting ke dalamnya.

**BAB IV
KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan

Komunitas memberikan sosialisasi kepada warga dan volunteer pun juga melakukan pendekatan kepada anak-anak. Komunitas memberikan berbagai kegiatan sehingga membuat anak-anak mulai ikut berpartisipasi. Komunitas

membuat anak-anak tergugah dengan adanya buku-buku yang menarik dan beragam, akses yang mudah, dan berbagai fasilitas yang ada. Anak-anak mulai aktif ikut kegiatan-kegiatan untuk mendekatkan pada buku. Komunitas melakukan pendampingan saat belajar dan memberikan berbagai macam program yang bersentuhan langsung dengan buku sehingga membuat mereka berkeinginan untuk membaca dan meminjam buku. Komunitas pun sudah menggunakan prinsip komunikasi REACH, meskipun masih ada hambatan yang dialami. Komunitas juga memberikan dukungan untuk anak-anak.

B. Saran

Komunitas melakukan rapat evaluasi dengan orang tua anak-anak untuk mengetahui perkembangan anaknya. Membuat jadwal kegiatan yang terstruktur setiap bulannya agar tidak terjadi kekosongan. Menambahkan koleksi buku untuk anak-anak. Volunter melakukan rapat evaluasi di setiap bulannya. Volunter harus bisa membagi waktu antara urusan pribadi dan untuk kegiatan komunitas khususnya anak-anak. Volunter bisa mulai belajar Bahasa Jawa.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Bandur, A. (2016). *Penelitian Kualitatif : Metodologi Desain, dan Teknik Analisis Data dengan N Vivo II Plus*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi* . Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Djunaidi Ghony, F. A. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu , Teori dan Filsafat Komunikasi* . Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Jim Ife dan Frank Toseriero. (2008). *Community Development*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- J.Moleong, L. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Kurnia, R. (2009). *Metodologi Pengembangan Bahasa Anak Usia Dini*. Pekanbaru: Cendekia Insane.
- Lestari, Endang dan Maliki, MA. (2003). *Komunikasi yang Efektif : Bahan Ajar Diklat Prajabatan Golongan III edisi revisi I*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana.
- Musa Hubies, L. K. (2012). *Komunikasi Profesional Pengembangan Diri*. Kampus IPB Taman Kencana Bogor: IPB Press.
- Prastowo, A. (2014). *Memahami Metode-Metode Penelitian Suatu Tinjauan Teoritis dan Praksis*. Yogyakarta: Ar-Ruz Media.
- Priansa, L. A. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Priyanto, A. (2009). *Komunikasi dan Konseling : Aplikasi dalam Sarana Pelayanan Kesehatan untuk Perawat dan Bidan* . Jakarta: Salemba Medika.
- Rachmiate, Atie. (2007). *Radio Komunitas : Ekskalasi Demokratisasi Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Rismi Somad, D. J. (2014). *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: Alfa Beta .
- Rochmah. (2012). *Komunikasi dan Konseling dalam Asuhan Kebidanan*. Jakarta: Buku Kedokteran ECG.
- Soyomukti, N. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Triloka H. Putri, A. F. (2013). *Komunikasi Kesehatan: Komunikasi Efektif Untuk Perubahan Perilaku Kesehatan* . Yogyakarta: Merkid Press.

Apriyani Rokhmah, Noor dan Anggorowati. (2017). JHeS (Journal of Health Studies). *Komunikasi Efetif Dalam Praktek Kolaborasi Interprofesi Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan*. No.1 Vol.1 . Dipetik Januari 13, 2019, jam 14.25 dari https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=komunikasi+efektif+dalam+praktek+kolaborasi+interprofesi&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DylbzAMQDPbgj

Ardika Putra, Yuda. (2014). ejournal ilkom fisip unmul. *Strategi Komunikasi Efektif CCustomer PT Federal International Finance Dalam Memberikan Informasi Dan Pelayanan Pembiayaan Motor Bekas Pada Konsumen Bontang*. No.1 Vol.2 .Dipetik Januari 13, 2019, jam 15.35 dari https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=yuda+ardika+putra&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DDm5LLM4vS6oJ

Siregar, H. A. (2015). *Komunikasi Efektif Antara Remaja Dengan Ayah Yang Bertugas Jarak Jauh (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Efektif Antara Remaja Dengan Ayah Yang Bertugas Jarak Jauh Di Kota Medan*. Dipetik Januari 13, 2019, jam 17.00 dari https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=hani+siregar&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DReeWF7UA2Twj

B. Web Site

Damarjati, D. (2019.). *DetikNews*. Dipetik Mei 13, 2019, dari <https://m.detik.com/news/berita/d-4371993/benarkah-minat-baca-orang-indonesia-serendah-ini>

<https://www.Instagram.com/rumahbacakomunitas>

<https://mobile.twitter.com/mabacakomunitas?lang=en>

rumahbacakomunitas.org/